

# Humor im Internet

*von Karin Wehn*

Nicht nur die Beliebtheit von Online-Ballerspielchen wie dem „Moorhuhn“, sondern auch eine Reihe an empirischen Untersuchungen haben darauf hingewiesen, dass Unterhaltung für User zu den wichtigsten Gratifikationen des Internets gehört (vgl. zum Beispiel Fittkau/Maas 1997). Andere Theoretiker gehen noch einen Schritt weiter und argumentieren sogar, dass neue Medien sich erst durch Unterhaltung und nicht durch Nachrichten oder Information durchsetzen. Eine gängige Empfehlung für die Gestaltung von Online-Angeboten lautet daher, dass immer auch Unterhaltungsaspekte wie Witz, Originalität, Skurrilität, integriert werden sollten und dass Angebote Nutzen und Spaß in jeweils speziellen Maßanteilen liefern sollten (Grüne/Urlings 1996:495). Neben zum Beispiel Sex-Angeboten besteht eine Form der Unterhaltung darin, dass User sich amüsieren.

## **Humor: Was ist das?**

Mit der einfachen Frage, was an Humor komisch ist, haben sich seit der Antike bis heute Philosophen, Linguisten und Psychologen beschäftigt. Jedoch entzieht sich Humor aus einer Reihe an Gründen einer wissenschaftlich-systematischen Beschreibung. Der Begriff ist mehrdeutig, bezeichnet etwa im Deutschen sowohl eine Haltung („jemand hat Humor“) als auch ästhetische Stilmittel. Humor ist ein kulturspezifisches Phänomen. Großbritannien etwa ist berühmt für seinen schwarzen Humor und Understatement. „Den deutschen Humor erkennt man daran, dass es ihn nicht gibt“, so steht es ketzerisch in Klein & Gemein, Bd. 5.

Die meisten Theorien bringen Humor mit Lachen in Verbindung. In der Regel wird Humor als Anlass für Lachen begriffen. Die Annahme, dass immer,

wenn jemand lacht, er sich amüsiert, ist jedoch unpräzise, denn man lacht auch aus Verlegenheit, Höflichkeit, Ermutigung oder um Bedauern auszudrücken. Worüber Leute lachen können oder nicht, hängt von persönlichen Dispositionen, Moralvorstellungen und nicht zuletzt dem Alter ab. Weiterhin sind die Übergänge zwischen Lachen und Lächeln fließend. Aber aus pragmatischen Gründen lassen wir es hierbei bewenden.

Versuche, humoristische Stilmittel eindeutig in Klassen zu typologisieren, sind ebenfalls zum Scheitern verurteilt. Die verschiedenen Stilmittel teilen kein gemeinsames Merkmal, das sich für eine Definition von Humor isolieren ließe. Der Philosoph Ludwig Wittgenstein hat daher am Beispiel des Begriffes „Spiel“ vorgeschlagen, doch besser von „Familienähnlichkeiten“ zu sprechen. Damit meint er, dass die verschiedenen Unterformen von Spielen einige und jeweils unterschiedliche Merkmale teilen, aber nicht alle dasselbe. Ähnliches gilt auch für Humor. Weitere Probleme, die man sich bei einer Beschäftigung mit Humor einhandelt, sind die Abgrenzung zu verwandten Begriffen wie zum Beispiel Komik, Witz, Satire, Sarkasmus usw.. Humor ist das, was Leute als Humor bezeichnen.

Es gibt unzählige Theorien zum Funktionieren und den Funktionen von Humor. Fast alle jedoch lassen sich von den folgenden ableiten (vgl. dazu ausführlich Attardo 1994): Der englische Denker und Utopist Thomas Hobbes, Begründer der sogenannten Überlegenheitstheorie, beschreibt im 17. Jahrhundert Lachen als eine plötzliche Freude, die aus einem Überlegenheitsgefühl im Vergleich zu anderen oder gegenüber sich selbst zu einem früheren Zeitpunkt entsteht. Inkongruenz-Theorien, wie sie von Immanuel Kant und Arthur Schopenhauer geprägt wurden, erklären Lachen als Ausdruck einer empfundenen Inkongruenz, das heißt einem wie auch immer gearteten Missverhältnis zwischen den Bestandteilen eines Objekts, eines Ereignisses, einer Idee, einer sozialen Erwartung usw.. Laut der Befreiungs-, Ersparnis- und Ökonomie-theorien von Sigmund Freud befreit Lachen zeitweilig eine verbotene Idee, eine Spannung oder ein Gefühl. Humor sei ein Mittel, Gefühle zu bewältigen, die man nicht aushalten könnte. Das Wesen des Humors besteht seiner Auffassung nach darin, dass man sich die eigentlichen Affekte erspart, zu denen eine bestimmte Situation Anlass gäbe, und sich mit einem Witz, einem Scherz über die Möglichkeit anderer – der Situation entsprechender – Gefühlsregungen hinwegsetzt. Aus dem ersparten Gefühlsaufwand entsteht dann humoristische Lust.

### **Die Spreu vom Weizen trennen**

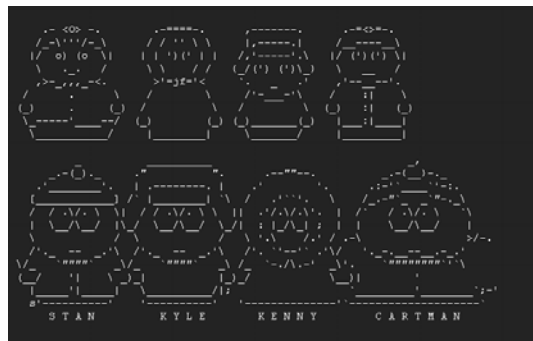
Aber zurück zum eigentlichen Thema, Humor im Netz. Versucht man sich über Suchmaschinen, dem Thema anzunähern, macht man die internet-typischen frustrierenden Erfahrungen. Gibt man „Humor“ als Stichwort bei der Suchmaschine Google ein, findet sie – in nur 0,14 Sekunden – 5.760.000 Einträge. Zur

„Ausbeute“ gehören Suchmaschinen und Kataloge zum Thema Humor, Linklisten oder private Homepages, auf denen Individuen mit umfangreichen Witz-, Bilder- oder Cartoon-Kollektionen – gleichsam den elektronischen Briefmarkenalben des 21. Jahrhunderts – ihrer Sammelleidenschaft frönen.

Hier beginnt die eigentliche Arbeit erst, denn eine qualitative Auswahl muss man selber treffen. Angesichts der Menge ist jede eingeschlagene Bresche in den Dschungel Internet subjektiv und nur einer von vielen möglichen Pfaden. Nichtsdestotrotz lassen sich einige Trends aufzeigen.

### Jeder kann zum Autor werden

Demjenigen, der sich humorvoll im Netz äußern möchte, steht ein umfangreiches Repertoire menschlicher Kulturtechniken zur Verfügung. Dementsprechend umfangreich sind auch die Formen humorvoller Äußerungen. Es lassen sich u. a. unterscheiden: Sprachwitze (Ossi-Witze, Medienwitze usw.), SMS-Sprüche, Ascii-Art, Karikaturen, Fotomontagen, Cartoons, Comics, Töne und Filme.



Quelle: [www.chris.com/ascii/](http://www.chris.com/ascii/)

Sprachlicher Humor konnte auch schon in der Vergangenheit per Mund-zu-Mund-Propaganda und per traditioneller Medien wie Brief oder Telefon von praktisch jedem realisiert und verbreitet werden. Mit den technischen Innovationen im Bereich der Hardware und der Übertragungstechnologien sind die Möglichkeiten für Privatpersonen, visuellen oder bewegten Humor zu erzeugen und damit auch eine größere Öffentlichkeit zu erreichen, gestiegen. Anders als bei den traditionellen Medien ermöglicht es kostengünstige und einfach handhabbare Software prinzipiell jedem mit einem PC und Internet-Zugang, zum Sender im Internet zu werden. Mit Bildbearbeitungssoftware wie zum Beispiel Photoshop lassen sich Fotomontagen auf professionellem Niveau erstellen. Mit der vektorbasierten Animationssoftware Flash können kleinformatige Zeichentrickfilme erzeugt werden. Video-Komprimierungssoftware wie zum Beispiel Windows Media oder Quicktime reduziert die im-

mensen Dateigrößen von Videofilm – zwar mit Abstrichen an Bildgröße und -qualität – auch für schmalbandige Modemanbindungen.

Fertige Inhalte können per E-Mail verbreitet oder auf privaten oder kommerziellen Homepages veröffentlicht werden. Verglichen mit den traditionellen Medien Film und Fernsehen fehlen im Internet Gatekeeper wie Redakteure, Produzenten usw., die die eingehenden Angebote nach zum Beispiel ästhetischen und/oder ökonomischen Kriterien filtern und davon nur einen kleinen Prozentsatz für eine Massenverbreitung in TV oder Kino zulassen. Die häufig behauptete Demokratie, teils sogar Anarchie des Netzes, ist für Unbekannte von Vorteil, um sich Gehör zu verschaffen. Aber sie hat auch eine Schattenseite: Das Netz ist verstopft mit jeder Menge Müll, da keine Qualitätskontrolle stattfindet.

Eine grundsätzliche Unterscheidung kann zunächst getroffen werden zwischen Humor, der für andere Medien konzipiert war und im Internet nur zweitverwertet wird und zwischen Humor, der originär und ausschließlich fürs Internet produziert worden ist. Zum ersten Typ gehören zum Beispiel Cartoons und Karikaturen aus Zeitungen, die auf Webseiten erneut ausgestellt werden oder (Experimental-)Filme, die, nachdem sie die Festivals durchlaufen haben, bei Online-Kinos on-demand abgerufen werden können. Zum zweiten Typ gehören zum Beispiel mit Flash hergestellte Animationen (Webtoons) oder ASCII-Art.

### Parodien

In der Formulierung des Literaturwissenschaftlers Frank Wunsch bezieht sich eine Parodie „immer auf eine Vorlage (ein Original, einen Bezugstext), die sie partiell wiederholt (imitiert, nachahmt, nachbildet), aber gleichzeitig auch variiert (verändert, adaptiert). Die Art der Variation ist grundsätzlich abweichend, unpassend, verzerrend, und verzerrt wird immer dergestalt, dass eine komische Wirkung entsteht, speziell eine komische Diskrepanz zwischen Original und Parodie bzw. zwischen den wiederholenden und den variierenden Textpassagen oder –schichten innerhalb der Parodie. Die komische Wirkung richtet sich auch oder ausschließlich gegen das Original.“ (Wunsch 1999:11)

Auf Entertainment-Portalen im Netz wie zum Beispiel „atomfilms“, „camp chaos“, „undergroundonline“ und „newgrounds“ finden sich unzählige Parodien auf die Genres anderer Medien, vor allem die des Fernsehens, zum Beispiel Krimis, Western, Science-Fiction, Promi-Talkshows, Sitcoms, Gameshows oder Krankenhausserien oder auch auf die Teletubbies. Weiterhin durch den Kakao gezogen werden Stars und Celebrities wie Britney Spears<sup>1</sup> oder Politiker wie zum Beispiel Hillary Clinton, George Bush und Al Gore<sup>2</sup> oder Ereignisse, die aktuell in der Medienöffentlichkeit diskutiert werden.

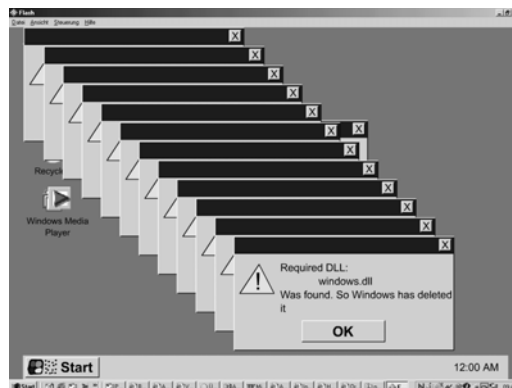
Besonders beliebt sind auch Parodien auf das Netz, seine Produkte, Probleme und Persönlichkeiten. Es gibt so viele Bill-Gates-Witze, dass man sie als ein eigenes Genre beschreiben könnte.

Wieviele Microsoft Angestellte braucht man um eine Glühbirne auszuwechseln?

- 1.) Keinen, Microsoft erklärt Dunkelheit® zum Standard
- 2.) Keinen, sie rufen bei INTEL an, weil es ein Hardwareproblem ist

Quelle: [www.huwi.ch/witze\\_computer.asp?Computer2.txt](http://www.huwi.ch/witze_computer.asp?Computer2.txt)

Nicht nur Linux-Anhänger werden Spaß haben an „Windows Build RG 207“ (kann angeschaut werden bei newgrounds), einer animierten interaktiven Verhohnepiepelung des Betriebssystem Windows. Zur Windows-Start-Musik baut sich die typische Windows-Oberfläche auf. Ohne dass der User etwas Weiteres unternimmt, erscheint dieselbe Windows-Fehlermeldung zu den typischen Sounds gleich zehn mal und muss einzeln wieder weggeklickt werden. Danach wird man von dem „Programm“ aufgefordert, notwendige System-Dateien wie explorer.exe und autoexec.bat in den Papierkorb zu verschieben und erhält weitere Fehlermeldungen.



*Kommentar eines Fans:*

This is brilliant, it so amazing how its near enough real life. I love it, mainly because I'm a huge Anti-Bill Gates! GREAT WORK KEEP IT UP!!! CMP

Quelle: [newgrounds.com](http://newgrounds.com)

Es gibt ganze Serien, die die Streitigkeiten zwischen der P2P-Tauschbörse Napster und der Hard-Rock-Band Metallica auf die Schippe nehmen, nachdem Metallica gegen Napster geklagt hatte und sich durch diese unpopuläre Aktion in der Szene zum Gespött gemacht hatte (zum Beispiel die Serie „Napster Bad“ bei camp chaos).

Parodien werden verschiedene Funktionen zugeschrieben: „Aufdeckung der Schwächen und Unzulänglichkeiten eines Werkes durch karikierende Imitation (kritische Parodie), scharfer, fanatischer und schmähender Angriff auf

Verfasser und Werk mit dem Ziel, sie der Lächerlichkeit preiszugeben und das eigene Überlegenheitsgefühl zu stärken (polemische Parodie), oder einfach harmloses Spiel aus Lust an komischer Abwandlung des Stoffes (komische Parodie)“. [...] (Wilpert 1989: 660)

Dabei sollte nicht vergessen werden, dass es das parodierte Werk ist, das Parodien erst zum Glänzen bringt. Die Parodien selber sind häufig zeitgebunden, weisen nur geringen eigenen Gestaltungswert auf und sind daher nur von kulturhistorischem Wert.

Auch wenn sicherlich alle diese Gründe zutreffen, erklärt sich die hohe Anzahl an Parodien im Netz aber sicher auch dadurch, dass bei einer durchschnittlichen Kurzfilmlänge von zwei bis fünf Minuten keine Zeit für lange Expositionen ist: Kurzfilme im Internet müssen sofort zum Punkt kommen, müssen Zeichen setzen, die sofort verstanden werden. Parodien, wenn sie funktionieren, bieten einen solchen Rahmen, der leicht an das Weltwissen der User anschließbar ist. Viele Parodien funktionieren entweder über stark schematisiertes Gattungswissen über TV-Genres oder auf aktuell in den Medien be- und verhandelten Themen (Politik, Industrie, Musik und Film), die daher noch im Kurzzeitgedächtnis der User präsent sind oder sie reflektieren das Medium selbst. Komik entsteht durch die Diskrepanz zwischen Form und Inhalt und durch die nur vom Original aus verständliche Abwandlung derselben. Parodien haben also einen hochgradig ikonischen Charakter.

### **Der Frosch im Mixer und die Folgen**

Ein früher und legendärer Webpionier, der so durch innovativen Content im Netz eine steile Karriere machte, war Joe Shields. Bevor er durch seine Animationen und seine Joe-Cartoon-Seite zum Millionär wurde, war er zwar kein Tellerwäscher, aber ein brotloser und unbekannter T-Shirt-Zeichner. Er erfand den „Frosch im Mixer“, eine interaktive Flash-Animation mit Ton. Der ungewöhnliche Schauplatz ist ein Mixer mit zehn verschiedenen Stufen, in dem ein fatter Frosch träge im Wasser herumzappelt und den User anfangs noch arrogant mit einer verzerrten Stimme provoziert: „What are you looking at? You ain't got the balls. No balls“. Das Prinzip ist einfach, das grausame Ende vorhersehbar: Der User hat die Aufgabe, den Mixer per Click auf die Maustaste zu bedienen, die Stufe ist rechts groß im Bild eingeblendet. Solange der User keine weitere Stufe anklickt, gehen Bewegung und Dialog in Endlosschleife weiter. Während bei den unteren Stufen der Frosch nur träge auf die Rotationen des Geräts reagiert, spritzt bei den höheren Stufen Blut, es fliegen Knochen und Augen durch die Gegend, auf höchster Stufe platzt der Frosch, es endet mit totaler Apokalypse.



Am Frosch im Mixer (378 KB) lassen sich viele Merkmale von Bewegtbildern im Internet illustrieren. Es ist aufgrund der niedrigen Bandbreiten und Übertragungsraten das A & O im Internet, die zu übertragenden Dateien so klein wie möglich zu halten, um ein flüssiges Abspielen auch bei langsamen Modemverbindungen zu gewährleisten. Das kann u. a. dadurch geschehen, dass man viel mit wiederkehrenden Elementen oder Szenen arbeitet. Anders als zum Beispiel bei animierten GIFs, bei denen jedes einzelne Bild vollständig abgespeichert wird, werden von der Animationssoftware Flash alle wiederkehrenden Elementen nur einmal als sogenannte „Symbole“ gespeichert und bei mehrmaliger Verwendung nur als neue „Instanzen“ aktualisiert, verursachen aber keinen zusätzlichen Speicherplatz.

Innerhalb des Bildes verändert sich außerdem häufig nur ein kleiner Teil, zum Beispiel beim Frosch im Mixer variieren nur die Bewegungen des im Mixer eingeschlossenen Tieres und die eingeblendete Stufenzahl, mit der der Frosch malträtirt wird. Alles andere ist Hintergrund und bleibt unverändert. Typisch ist weiterhin, dass nur wenige Farben und keine Farbverläufe verwendet werden. Man könnte den Frosch im Mixer auch als episodische Serie bestehend aus zehn Episoden mit identischer Handlung, aber wachsender Dramatik und steigendem Spannungsbogen beschreiben.

Der Humor lässt sich mit Inkongruenz-Theorie erklären, denn ein Frosch befindet sich normalerweise weder in einem Mixer noch bildet er die Basis für ein Mix-Getränk. Aber auch ein Überlegenheitsgefühl vermag sich einzustellen, wenn man als User genüsslich der schrittweisen, aber nicht real stattfindenden Zerstörung des Amphibs zusieht. Auf harmlose Weise appelliert diese Animation an die eher primitiven Instinkte des Menschen und offeriert ein Ventil im geordneten und stressigen Alltag.

Ein Fan des *Frosch im Mixer* erstellte eine komprimierte Raubkopie und verschickte diese als Email-Attachment. Der Erfolg dieser elektronischen Mund-zu-Mund-Propaganda – eine im Netz nicht zu unterschätzende Form der Verbreitung - platzierte Joe Cartoons Webseite in die weltweiten Top-500 mit über 900.000 Page Views täglich und machte ihren Schöpfer zum Star (Dixon 2000).

Shields kopierte seine lukrative Idee zahlreiche Male: Hamster in der Mikrowelle, Hamster in einem Aquarium voller Piranhas, Hunde an einen fahrenden Lastwagen angebunden, oder man kann seinen Boss malträtieren. Alle Animationen funktionieren nach dem eben beschriebenen Prinzip, dass der User klicken muss, um die Stärke und Intensität zu variieren und die Handlung voranzutreiben. Manchmal haben sie noch eine unerwartete Schlusspointe. Gewinner gibt es keine.

Der frühere No Name Joe Shields zeichnet heute keine T-Shirts mehr, sondern ist zu einer Marke geworden. Seine Animationen laufen heute sowohl auf seiner eigenen Website als auch bei atomfilms.

### Die Ausstrahlungsorte

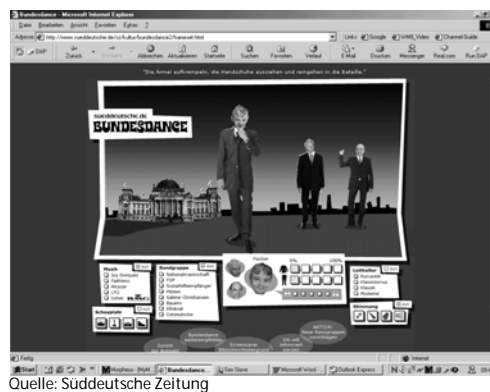
Atomfilms ist eines der zahlreichen Online-Kinos und Entertainment-Portale, die nur im Internet ausstrahlen.<sup>3</sup> Mit mehr als 1.000 Real- und Animations-Filmen und zahlreichen Online-Spielen, die mit Software von Macromedia (Director, Flash) realisiert worden sind, ist es eins der größten Entertainment-Portale weltweit. Das größte deutsche Projekt dieser Art ist bitfilm aus Hamburg (vgl. zu deutschen Online-Filmprojekten auch Wehn 2001b). Obwohl durch Stars und Celebrities und durch hohe Anschubfinanzierungen gestützt, muss seit der Dotcom-Krise eines nach dem anderen dieser großangelegten Unterhaltungsprojekte wieder schließen. Pop.com etwa, ein Projekt von DreamWorks und Steven Spielbergs Imagine Entertainment, ging gar nicht erst an den Start, fuhr aber dennoch 10 Millionen \$ Verluste ein und entließ 75 Mitarbeiter. Das von der Comic-Legende Stan Lee protegierte stanlee.net musste das Insolvenz-Verfahren beantragen. Die übrig gebliebenen mussten Federn lassen: Entlassungen von Mitarbeitern und Fusionen waren die Folge. Ursache der Bankrotte sind unausgereifte Geschäftsmodelle und keine Antwort auf das zentrale Problem im Netz, dass User bislang kaum bereit sind, für Online-Content zu zahlen. Micro-Payment-Verfahren und Abonnements könnten zukunftsweisende Ansätze sein, diesem Problem zu begegnen und langfristig die Finanzierung qualitativ hochwertiger Inhalte zu sichern.

Auch TV-Sender investieren große Beträge in programmbegleitende und komplementäre Web-Angebote. In Deutschland will RTL-New Media bis zum Jahr 2004 500 Millionen DM investieren. Nicht nur zu Sendern, sondern auch zu Einzelsendungen gibt es umfangreiche Angebote, im Comedy-Bereich zum Beispiel zur „Harald-Schmidt-Show“. Webauftritte mit hypertextuellen Strukturen eignen sich dafür, große Materialmengen Usern mit unterschiedlichen Bedürfnissen schnell zugänglich zu machen. Neben Werbung für die aktuelle Sendung enthält schmidt.de unter anderem ein riesiges Archiv, in dem Audio- und Video-Streams der Highlights aus vorangegangenen Sendungen angesehen werden können, einige Spiele und einen Community-Bereich, in dem die User unter anderem Vorschläge für Wunschkandidaten machen können. Eine



gut strukturierte Website zu einer Fernsehsendung kann dabei behilflich sein, die Bindung der Zuschauer an die Sendung und Sender zu intensivieren, Markenpflege und Kult-Marketing zu betreiben, aber auch eine Möglichkeit sein, die eigene Zuschauerschaft näher kennenzulernen.

Aber auch seriöse Unternehmen ohne direkten Humorbezug bedienen sich humoristischer Stilmittel, um ihre Seiten aufzupeppen und mehr „Traffic“ anzuziehen. So konnte man zum Beispiel bei vw.com bis vor kurzem in ein virtuelles Auto (einen Volkswagen nach seiner Wahl) steigen, wahlweise auf dem Express-Way oder einer Scenic Route zu einem Kino fahren und sich dort Filme anschauen, die atomfilms an VW lizenziert hatte. Beim Bundesdance der Süddeutschen Zeitung kann man Politiker nach Lust und Laune tanzen lassen. Erst wählt zwischen Gerhard Schröder, Angela Merkel, Joschka Fischer, Edmund Stoiber, Guido Westerwelle und Gregor Gysi drei Politiker aus, positioniert sie vor einem Hintergrund wie dem Reichstag oder der Siegessäule, stellt ihnen eine Randgruppe wie zum Beispiel die Nationalmannschaft, die Sozialhilfeempfänger oder die Ostdeutschen an die Seite, dann kann man noch die Atmosphäre modifizieren. Anschließend kann man die drei gewünschten Politiker zu verschiedenen Hits rappen lassen.



Die eben beschriebenen animierten Gewaltexzesse gegenüber Tieren bei Joe Cartoon sind kein Einzelfall, wie man vielleicht vermuten könnte. Es gibt eine Fülle von Seiten, die den als Extreme, Dirty Toons, Sick & Twisted oder Outrageous bezeichneten Webtoons gewidmet sind: Sehr populär ist auch das Foltern oder Töten von Stars wie Arnold Schwarzenegger oder, ganz besonders beliebt, Britney Spears, zum Beispiel bei newgrounds „Assassins“. Meist wird bei diesen Collage-Animationen ein niedrig aufgelöstes Foto des Kopfes überdimensional groß in eine Flash-Animation eingebaut, was den karikierenden Effekt verstärkt.

## Interaktivität

Alle diese Formen weisen ein gemeinsames Merkmal auf: Interaktivität, das heißt die Möglichkeit für den User, aktiv in den Verlauf einzugreifen, wobei der Grad der Interaktivität jeweils unterschiedlich ist. Beim Frosch im Mixer kann man genüsslich den Stärkegrad variieren, bei Assasins die Art der Folter. Bei anderen Beispielen werden zwar lineare Geschichten erzählt, jedoch erhält der User bei erhöhter Aufmerksamkeit Zusatzinfos und weitere kleine Handlungselemente, die erst durch Mausclick auf bestimmte Flächen im Bild freigesetzt werden.<sup>4</sup> Auch bei dem Film „Guitar“ von plokpage entsteht die Handlung und die Pointe erst durch das fortwährende Klicken des Users.

Wir können hier also sehr verschiedene Versuche feststellen, den User aktiv einzubinden, allerdings immer nur entsprechend der vom Schöpfer vorgegebenen Möglichkeiten. Alle diese Formen bewegen sich im Spannungsfeld zwischen Fiktion und (Computer-)Spiel. Indem der User selbst den Zeitpunkt des Weitergangs der Geschichte bestimmt, bestimmte Handlungsalternativen annimmt, andere ausblendet, wird so ein Teil der „Autorschaft“ auf den User übertragen. Der humoristische Effekt besteht häufig darin, dass der User eine Umgebung exploriert, in der Unerwartetes passiert. Interaktivität ist nicht auf Filme beschränkt. Wenn man als Startseite eine pulsierende Stadt hat wie bei CANALANIMACION oder eine futuristische Fantasiemaschine wie bei FLASHHOG, die beide auf die Mausbewegungen des Users reagieren und kleine Gags starten, wird hier die Navigation selber zu einem spielerischen Ereignis und übernimmt narrative Funktionen.

Das wird besonders deutlich bei der privaten Homepage des Illustrators Janssen, bei der die Navigation durch sein Portfolio von einer gezeichneten wäschewaschenden Frau übernommen wird. Das Drüberfahren mit der Maus über Mund, Nase und Augen setzt jeweils bestimmte Dinge in Gang, zum Beispiel kommen Seifenblasen aus ihrem Mund, die größer werden und dann zerplatzen. In ihren Augen spiegeln sich die Vorgänge in einer Waschmaschine wider (spülen, schleudern). Wie Wäsche präsentiert die Waschfrau die Zeichnungen des Grafikers, stößt währenddessen überraschte Laute aus und verabschiedet sich am Ende vom User mit einem freundlichen „Tschüssi“.



© Janssen

## Schwarzer Humor

Neben Gewalt werden im WWW noch weitere Tabubereiche durch den Kakao gezogen, die in Film und Fernsehen seltener möglich wären. Es gibt Serien über einen sich prügelnden und drogenverteilenden Jesus, Gott und den Teufel in einer Talkshow mit Celebrities, die die User am Ende in den Himmel oder die Hölle schicken können („The God and Devil Show“ bei Warner Bros.), oder über eine kettenrauchende Nonne, die fluchend Kunstgemälde kommentiert („Sister Randy“ bei dotcomix). Amerikanische Legenden werden dekonstruiert, wie zum Beispiel ein ständig alkoholisierter Abraham Lincoln in „Hard Drinking Lincoln“.

Fäkalien, Erbrochenes, Sex, Gewalt, Blasphemie: Insgesamt findet eine Dekonstruktion von Wertmaßstäben statt: Führt man sich vor Augen, dass ein US-amerikanisches Publikum besonders in Bezug auf Sexualität und Religion sehr viel wertkonservativer ist als ein europäisches Publikum, fallen die dargestellten Handlungen noch stärker ins Gewicht.

Insgesamt ist also ein sehr trashiger und schwarzer Humor sehr präsent. Schwarzer Humor arbeitet „mit absurdem Schrecken, grausiger Komik, makabrer Lächerlichkeit oder krassem Zynismus, der sich nicht in die gütige Weltweisheit des Humors auflöst, sondern aus Gruseln und Grauen durch Übersteigerung ins Groteske noch Komik erzeugt“. Das Spiel mit Tabubereichen wie Verbrechen, Krankheit und Tod in zynisch-paradoxe Weise führt zu einer grotesken Diskrepanz von Stoff und Behandlung, deren unangemessenes Verhältnis Schock und Komik zugleich auslöst (Wilpert 1989: 839). Häufig vergessen wird, dass es sich dabei nicht um ein neues Phänomen handelt. Schwarzer Humor hat schon eine lange Tradition in anderen Künsten wie Literatur, Film und Fernsehen. Jonathan Swift etwa machte, als im 19. Jahrhundert die Hungernot in Irland am größten war, in seiner Abhandlung „A Modest Proposal“ (1829) den Vorschlag, Babys von armen Leuten zu mästen, um so zwei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen, die hungernde Bevölkerung zu sättigen und die armen Familien zu entlasten. Aktuellere Beispiele schwarzen Humors gibt es in der Literatur zum Beispiel von Samuel Beckett, im Film zum Beispiel Monty Python und in Quentin Tarantino-Filmen. Zeitgenössische TV-Beispiele sind „South Park“ (RTL) und die gekneteten Boxschlachten „Celebrity Deathmatch“ (MTV).

## Kriegshumor – Terror oder Therapie?

Schwarzer Humor hat auch Hochkonjunktur seit dem 11. September. Nicht immer, aber immer öfter seit dem Tag, der die Welt veränderte, erhalte ich eine weitergeleitete E-Mail mit Anlage. Das Öffnen dieser löscht nicht meine Festplatte, sondern zeigt ein Bild von der noch makellosen New Yorker Skyline vor strahlendblauem Himmel. Nach wenigen Sekunden kommt von rechts ein

Flugzeug auf die Türme des World Trade Center zugeflogen, fasziniert erwartet man den Crash. Aber kurz bevor das Flugzeug in sie hineinstürzt, biegen sich die Türme weich und geschmeidig wie Blütenblätter nach außen und das Flugzeug fliegt zwischen ihnen durch. Erneut einige Sekunden später kommt ein neues Flugzeug von links auf die Türme zugeflogen, nun biegen sich die Türme nach der anderen Seite auseinander. Diese GIF-Animation wiederholt sich endlos, bis sie gestoppt wird.



Quelle: unbekannt

Neben dieser friedlichen Utopie werden seit dem Tag, an dem die Geschichte der Special Effects im Spielfilm durch die Realität eingeholt wurde, jede Menge Witze, Karikaturen, Bilder und Animationen über das Thema Terror und Krieg per Email verbreitet. Die Art des Kriegshumor stand in unmittelbarem Verhältnis zum dafür notwendigen Produktionsaufwand: Es begann mit Wortwitzen.

Sagt ein Wolkenkratzer zum anderen: „Du, ich bin verliebt!“

Der andere: „Woher weißt’n das?“

Der erste wieder: „Ich hab Flugzeuge im Bauch!“

Ich habe gestern meinen Freund getroffen. Er meinte, er habe sich gerade ein Flugticket gekauft. „Und“, habe ich gefragt, „welches Stockwerk?“

Zahlreiche weitere Fotomontagen zeigen beispielsweise New York im Jahr 2006, wo eine riesige Moschee den durch die Türme freigewordenen Platz füllt oder George Bush mit Taliban-Bart und Turban.



Wenige Wochen später folgten einfache Ballerspielchen auf Flash-Basis, in denen man fast immer Bin Laden abschießen muss. Auf der Webseite newgrounds gibt es eine Sammlung von circa neunzig Flash-Animationen zum Thema Bin Laden, die Geschmacksgrenzen selbst Hartgesottener auf die Probe stellen.<sup>5</sup> Die Popularität des Themas führte schließlich dazu, dass auch die Prominenz einstieg. Joe Cartoon ließ im „Osama Sissy Fight“ Osama Bin Laden im Boxring verprügeln und in „Osama's Last Video“ den Talibanführer sich zwischen Ziegen und leichtbekleideten Mädchen für seine Taten rechtfertigen. Die bekannte Animationsfirma Mondo Media veröffentlichte mit dem „Al Qaida Employee Handbook“ eine witzige und intelligente Satire auf Propagandafilme. Seit ihrer Veröffentlichung befinden sich diese Filme ungebrochen auf den ersten fünf Plätzen der meistgesehenen und beliebtesten Animationen bei atomfilms.

Dieser rabenschwarze und bewusst politisch inkorrekte Humor ist im Wesentlichen Ausdruck einer Gegenöffentlichkeit, die sich im Netz dank der ungefilterten Publiziermöglichkeiten Gehör verschafft. Nichtsdestotrotz wirft er eine Reihe an durchaus ernsten Fragen auf: Wo sind die Grenzen zwischen Humor und Geschmacklosigkeit? Wieviel Zeit muss verstrichen sein, damit man solche Witze machen kann? Neben dem Versuch, dem Unfassbaren mit Sarkasmus zu begegnen, illustrieren diese Fakes auch, wie brüchig das Verhältnis zwischen medial vermittelter Wirklichkeit und ihrer Glaubwürdigkeit ist. Wenn schon Privatpersonen ohne großen Aufwand solche Bilder produzieren können, inwieweit können wir dann der Berichterstattung der Medien überhaupt noch trauen? Stefan Weber brachte es in Telepolis so auf den Punkt: „Wir wissen nichts vom 11.9.“.



© Peter (Nachname unbekannt)

Argumentiert man mit dem eingangs schon zitierten Sigmund Freud, wäre dieser krude Humor ein Mittel, der Ohnmacht gegenüber dem Terror aber auch der möglichen Verschleierung durch die Medien zu begegnen. Eine heilende Wirkung spricht auch der Maler Anselm von Feuerbach Humor zu: „Der Humor trägt die Seele über Abgründe hinweg und lehrt sie mit dem eigenen Leid zu spielen“.

Bei den hier aufgeführten Beispielen handelt es sich um kurzweilige Zeitgeist-Phänomene, die vermutlich keinen bleibenden Wert haben. Nun könnte man – wie auch schon häufiger geschehen – darüber spekulieren, ob ein James Joyce, Stanley Kubrick oder Alfred Hitchcock des WWW noch geboren werden muss. Dies ist meines Erachtens aber die falsch gestellte Frage. Niemand setzt sich am Arbeitsplatz vor den Bildschirm und will sich konzentriert mit einem komplexen Kunstwerk auseinandersetzen. Angesichts der Nutzungsgewohnheiten und der technischen Rahmenbedingungen ist Humor im Internet kurz und pointiert. Es ist eine Abwechslung oder ein Kommunikationsanlass während der Arbeit, für die Mittagspause oder, wenn per E-Mail weiterverschickt, ein Anlass für kurze Kontaktaufnahme zu Freunden.

Hinsichtlich seiner Themen ist Humor im Internet besonders auf den Wissenshorizont und auf die Rezeptionserwartungen von jugendlichen Zielgruppen zugeschnitten. Empirische Studien haben gezeigt, dass Nonsens-Humor besonders bei jugendlichen Zuschauer gut ankommt. Da – wie andere empirische Untersuchungen bestätigt haben – jugendliche Zielgruppen das Netz stärker zur Unterhaltung nutzen als ältere, erstaunt die Humorlandschaft im Internet nicht.

## Literaturverzeichnis

- Attardo, Salvatore: *Linguistic Theories of Humour*. Berlin: Mouton de Gruyter 1994.
- Bosshart, Louis: „Unterhaltung online“. In: Pfammater, René (Hrsg.): *Multi Media Mania. Reflexionen zu Aspekten Neuer Medien*. München: UVK 1998, 311-327.
- Dixon, Pam: „Animators find a home on the 'toon friendly Web“. In: *San Diego Union Tribune*, 9. Juli 2000. <http://www.pamdixon.com/animationandweb.htm>
- Grüne, Heinz; Stephan Urlings: *Motive der Online-Nutzung*. In: *Media-Perspektiven* 9, 1996, S. 493-498.
- Wehn, Karin: „Animation im Internet - Eine Bestandsaufnahme“. In: Beck, Klaus; Siegmund Gerber (Hrsg.): *Kommunikation in der Informationsgesellschaft. Leben und Arbeiten in einer vernetzten Welt. Beiträge zu einer interdisziplinären Ringvorlesung im Sommersemester 2001 an der Universität Leipzig*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag 2001. Buch und CD-Rom. (2001a)
- Wehn, Karin: „Animation im Internet. Die Situation in Deutschland“. In: *Filmblatt* 6, 17, 2001. Online-Version unter [http://www.filmblatt.de/art\\_17.html](http://www.filmblatt.de/art_17.html) (2001b)
- Wilpert, Gero von: *Sachwörterbuch der Literatur*. Stuttgart: Kröner 1989. (7. verbesserte und erweiterte Aufl.)
- Wittgenstein, Ludwig: *Tractatus philosophicus – Philosophische Untersuchungen*. Leipzig: Reclam 1989.
- Wünsch, Frank: *Die Parodie: zu Definition und Typologie*. Hamburg: Kovac 1999.

## Links

Animation im Internet: [www.animation-le.de.vu](http://www.animation-le.de.vu)  
Atomfilms: [www.atomfilms.com](http://www.atomfilms.com)  
Bitfilm: [www.bitfilm.de](http://www.bitfilm.de)  
Bundesdance: [www.sueddeutsche.de/sz/kultur/bundesdance2/frameset.html](http://www.sueddeutsche.de/sz/kultur/bundesdance2/frameset.html)  
Camp Chaos: [www.campchaos.com](http://www.campchaos.com)  
Canalanimacion: [www.canalanimacion.com/canala/html/home.html](http://www.canalanimacion.com/canala/html/home.html)  
Flashhog: [www.flashhog.com](http://www.flashhog.com)  
Harald Schmidt Show: [www.schmidt.de](http://www.schmidt.de)  
Icebox: [www.icebox.de](http://www.icebox.de)  
Janssen Illustration: [www.sonk.de/claas/](http://www.sonk.de/claas/)  
Jibjab: [www.jibjab.com/](http://www.jibjab.com/)  
Joe Cartoon: [www.joecartoon.com](http://www.joecartoon.com)  
Newgrounds: [www.newgrounds.com](http://www.newgrounds.com)  
Plokpage: [www.chez.com/plokpage/](http://www.chez.com/plokpage/)  
Telepolis: [www.telepolis.de](http://www.telepolis.de)  
UndergroundOnline: [www.ugo.com](http://www.ugo.com)  
VW-Films: [www.vw.com/films](http://www.vw.com/films)  
Warner Bros. Online: [www2.warnerbros.com/web/wboriginals/index.jsp](http://www2.warnerbros.com/web/wboriginals/index.jsp)  
Windows Build RG 207: [www.newgrounds.com/portal/view.php?id=27549](http://www.newgrounds.com/portal/view.php?id=27549)

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Vgl. zum Beispiel „Britney vs. Christina“ bei camp chaos oder die Science-Fiction-Parodie „Britney 2032“ über Britney als 50jährige bei warner bros. online.

<sup>2</sup> Vgl. zum Beispiel die unter „Political Humor“ gesammelten Cartoons bei Jibjab.

<sup>3</sup> Vgl. für eine Liste der Ausstrahlungsorte für Animation im Internet die Webseite Animation im Internet ([www.animation-le.de.vu](http://www.animation-le.de.vu)). Hier befinden sich neben einer umfangreichen, mehrere Hunderte Links umfassenden Linkliste theoretische Artikel zum Thema Animation im Internet und ein Forum.

<sup>4</sup> Dies war zum Beispiel bei der Serie „Weekend Pussy Hunt“ zu beobachten, einem Spin-Off der TV-Serie „Ren & Stimpy-Show“. Die Serie lief bei icebox, ist aber im Moment nicht länger online.

<sup>5</sup> Stand: 23. April 2002